



La question du religieux comme espace d'énonciation

Stéphane Dufour

► To cite this version:

Stéphane Dufour. La question du religieux comme espace d'énonciation. MEI - Médiation et information, 2014, Religion et communication, 38, pp.91-100. halshs-01139446

HAL Id: halshs-01139446

<https://shs.hal.science/halshs-01139446>

Submitted on 7 Apr 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La question du religieux comme espace d'énonciation

Stéphane Dufour

Résumé

Préoccupation présente dès l'origine de la religion, le principe de communication en constitue aussi son point de fuite : véhiculer, diffuser, en somme propager le message divin si bien que la religion ne prendrait sa réelle existence qu'à partir du moment où s'organise sa transmission, son exposition, son expression qui impliquent d'une façon ou d'une autre un destinataire individuel ou collectif. Alors que l'on constate un intérêt renouvelé pour le sujet depuis quelques années au sein des sciences de l'information et de la communication, cette contribution ambitionne de tracer à grand trait quelques voies d'accès, quelques nœuds épistémologiques du champ religieux à partir d'un regard socio-sémiotique sur l'Église catholique : saisir la religion comme objet d'analyse et déplier le fait religieux comme un espace d'énonciation, tant pragmatique que technique et langagier aux limites, certes encore floues, dans lequel circulent, se croisent et se confrontent parfois des signes et des discours.

Mots clés : fait religieux, Église catholique, transmission, énonciation.

Abstract

Religion as space of enunciation

The principle of communication, which has been present since the origins of religion, can also be seen as its "vanishing point" in the artistic sense: the necessity of relaying, broadcasting, spreading the divine word is such that it is almost as if religion only really exists insofar as it is transmitted, exposed, expressed in some way to a receiver or audience. While this subject has received increased academic interest within the field of communication over recent years, this paper aims to depict certain possible lines of analysis and certain epistemological challenges which are encountered when studying religion. More specifically, it will approach the catholic Church from a socio-semiotic standpoint, thus taking religion as an object of study and looking, in pragmatic, technical and linguistic terms, at religious activity as an as yet incompletely-defined space of enunciation, in which different signs and discourses meet, mingle, and may sometimes enter into conflict with one another.

Key words : religion, catholic Church, transmission, enunciation.

Un tel sujet dévoile d'emblée un paradoxe : alors que la religion montre une antériorité et une remarquable constance dans l'exercice de la communication, elle n'a jamais vraiment séduit en France ses milieux de recherche, les sciences de l'information et de la communication (SIC) dont les études en la matière sont longtemps restées sporadiques et les auteurs souvent discrets sur leur activité, contrairement à l'Amérique du Nord (Croucher, Harris, 2012 ; Hoover, 2006 ; Campbell, 2006, 2012) qui a déjà produit un volumineux corpus. Les raisons de ce manque d'intérêt sont vraisemblablement multiples et si l'intention de cet article n'est pas de les recenser, certaines, parmi les plus évidentes, tiennent au contexte des sciences humaines et sociales (SHS) dans lequel les SIC ont vu le jour et qui engageait plutôt les milieux scientifiques à se détourner ostensiblement du sujet religieux. Celui-ci a été surtout traité à la lisière des SIC, notamment par la médiologie de Régis Debray (1991) qui lui a accordé une place centrale dans son système de pensée.

La religion est restée l'apanage de la philosophie, de la sociologie, de l'histoire, de la psychologie et, bien sûr, de la théologie qui proposent chacune une approche avec une méthodologie particulière. Pourtant aucune ne saurait donner une intelligibilité globale du phénomène s'il est vrai que tout modèle explicatif devient réducteur en péchant par unilatéralité. Cela étant, que l'on songe aux débats et controverses qui ont animé la sociologie des religions jusqu'aux années 1980, l'intérêt différé dans le temps des SIC pour le religieux, dont on mesure aujourd'hui le renouveau, leur assure peut être le nécessaire délai d'apaisement pour aborder un sujet au fort potentiel sensible. En effet, une certaine méfiance a entouré et accompagne encore la sociologie des religions de la part des autres praticiens des sciences sociales, comme si la volonté d'objectiver le fait religieux était en elle-même une aspiration contradictoire, d'abord révélatrice des enjeux personnels de ceux qui l'expriment. Revenant sur ces querelles intestines, Danièle Hervieu-Léger (1993) rappelle que la distance critique qui caractérise idéalement l'attitude scientifique dans les SHS était supposée être plus difficile à atteindre, et même inaccessible, au sociologue des religions soupçonné de complicité avec son objet d'étude. Ni tentative de légitimation, ni programme de recherche, cette contribution ambitionne plus modestement de tracer à grand trait, à la façon d'un cartographe qui schématiserait un territoire par des relevés topographiques, quelques voies d'accès pour les SIC et quelques nœuds épistémologiques du champ religieux.

La religion entre transmission et communication

Les religions présentent de nombreux traits de parentés et l'une des constantes, y compris parmi les groupes à caractère sectaire, est la volonté de transmettre le message divin, mission qui s'impose très tôt dans le christianisme comme un impérieux devoir. Relier les générations chrétiennes à leur source, à leurs origines, perpétuer la foi qu'elles pratiquent en communiquant l'Évangile à de nombreux auditeurs, tout cela fait partie de la mission au cœur de l'Église catholique : « Allez par le monde entier, proclamez la Bonne nouvelle à toute la création » (Marc, 15, 16). L'ouverture de l'Évangile selon Saint Jean, *in principio erat Verbum* (« au commencement était le Verbe »), crée une origine symbolique à la nécessaire expression de la foi. Au début de toute communication entre Dieu et l'homme, il y a le Verbe. Au commencement de l'aventure chrétienne se trouve la Parole, la parole créatrice de l'univers, prémices mythiques d'un acte de langage qui, dans la suite des temps, devient parole incarnée, se faisant chair parmi les hommes, quand bien même le Verbe serait plutôt aujourd'hui devenu image. Préoccupation présente dès l'origine de la religion, le principe de communication en constitue aussi son point de fuite : véhiculer, diffuser, en somme propager la foi si bien que la religion ne prendrait sa réelle existence qu'à partir du moment où s'organise sa transmission, son exposition, son expression qui impliquent d'une façon ou d'une autre un destinataire individuel ou collectif. La communication réside au cœur même de la religion, peut-être même irons-nous jusqu'à dire, au moins comme hypothèse de travail, qu'elle lui est consubstantielle. Concrètement, cela se traduit par une organisation idoine de l'Église catholique qui a créé de longue date des groupes et des ordres prêcheurs, missionnaires (Douyère, 2010) dont la vocation est de proclamer au plus proche, comme

de porter au plus lointain, la Parole, autrement dit le message. C'est au début du XVII^e siècle que le pape Grégoire XV institue la congrégation de la Propagation de la foi, *De propaganda fide* avec un collège formant les futures missionnaires. Dès lors, les réseaux de communication missionnaires se placent aux avant-postes de l'expansion européenne de la catholicité romaine. L'histoire de la propagation symbolique se mêle étroitement avec des logiques communicationnelles contemporaines qui en gardent la trace vivante. « Le langage religieux a légué à la postérité le terme propagande, contemporain de la stratégie de rechristianisation au temps de la Contre-Réforme » (Mattelart, 2011, 202). Propagande, ce concept forgé dans le modèle religieux a largement imprégné les modes de dire et de faire de la communication politique et sociale où il a fini de se charger de sa connotation négative dont il est affublé aujourd'hui. D'autres termes se sont substitués à l'historique dénomination de propagande, que ce soit diffusion, propagation, proposition ou évangélisation, dont l'emploi situe son énonciateur, individuel ou institutionnel, non seulement dans une époque mais aussi dans un horizon idéologique sur la question.

Bien que les acteurs de la propagation de la foi soient longtemps restés attachés au paradigme de la transmission (Brosse, 2001), que la médiologie a pleinement fait sien, le regard des SIC sur cette pratique conduit pourtant à dépasser le schéma émissif/réceptif en reconnaissant derrière ce fonctionnalisme une ouverture pragmatique de première importance. En effet, que l'on considère les techniques rhétoriques des grands orateurs religieux, les dispositifs scéniques des télévangélistes ou le complexe immersif des *mega Churches*, aucun de ces modes d'expression, du plus rudimentaire au plus spectaculaire, ne se cantonne au simple faire-savoir (l'annonce de la résurrection du Christ par exemple). Ils ambitionnent bien plutôt un faire-croire et un faire-faire dont la modalité de mise en œuvre et la réalisation relèvent en propre du paradigme de la communication. On remarque d'ailleurs avec curiosité que si la recherche d'une action sur d'autres hommes et la création de relations intersubjectives organisent l'ensemble des modes d'expression confessionnels depuis l'origine, ou presque, l'Église catholique n'a que récemment admis, et surtout nommé, ces modalités communicationnelles en les inscrivant dans une stratégie de l'échange. Il faut attendre Vatican II pour que l'Église catholique s'engage progressivement sur le nouveau paradigme communicationnel en vertu duquel il ne s'agit plus de *communiquer à*, sous-entendu de façon descendante et unilatérale dans une logique de pure transmission, mais de *communiquer avec*, c'est-à-dire faire l'apprentissage du dialogue. C'est le sens de l'encyclique *Ecclesiam suam* de 1964¹ qui souligne la dimension essentielle d'un dialogue entre l'Église catholique et la société avec, dans le prolongement de cette dynamique, l'affirmation d'un dialogue interreligieux. La période postconciliaire engage un nouveau contrat de communication (Charaudeau, 1997) qui redéfinit le rôle de l'Église catholique en tant qu'instance de production du discours et confère, par-là même, au destinataire non plus une position vide de récepteur mais un rôle social de partenaire de l'échange. Autrefois point aveugle de la transmission, le destinataire,

¹ « L'Église doit entrer en dialogue avec le monde dans lequel elle vit. L'Église se fait parole ; l'Église se fait message ; l'Église se fait conversation [...]. Il nous semble que le rapport de l'Église avec le monde, sans se fermer à d'autres formes légitimes, peut mieux s'exprimer sous la forme d'un dialogue, et d'un dialogue non pas toujours le même, mais adapté au caractère de l'interlocuteur et aux circonstances de fait [...]. Il faut, avant même de parler, écouter la voix et plus encore le cœur de l'homme » (Paul VI, *Ecclesiam Suam*, ch III § 67, 80 et 90 – 1964).

l'auditoire, devient dans le processus de communication (religieuse) un sujet sensible saisi dans un moment de son devenir.

Il faut toutefois rappeler que l'Église catholique se préoccupait déjà de communication bien avant Vatican II, mais le concile marque un changement tant dans la forme que dans le fond. La communication devient un véritable objet d'analyse et de méditation. Dans l'un de ses premiers textes, le concile accorde une importance particulière à ce qui est alors désigné sous le nom de *communication sociale* : « Parmi les merveilleuses découvertes techniques qu'avec l'aide de Dieu, le génie de l'homme a tirées de la création, à notre époque surtout, l'Église accueille et suit avec une sollicitude toute maternelle celles qui, plus directement, touchent les facultés spirituelles de l'homme et offrent des possibilités élargies de communiquer très facilement des nouvelles de tout genre, des idées, des orientations. Or, parmi ces découvertes, il faut assigner une place singulière aux moyens qui, de par leur nature, sont aptes à atteindre et à influencer non seulement les individus, mais encore les masses comme telles, et jusqu'à l'humanité tout entière. Tel est le cas de la presse, du cinéma, de la radio, de la télévision et d'autres techniques de même nature »². À la faveur d'un intérêt régénéré pour la communication et les médias, l'Église catholique a développé un regard réflexif qui a mis au jour ses propres difficultés à communiquer au reste de la société³. Les hommes d'Église et spécialement les évêques ont pris conscience d'un problème récurrent de langage ecclésiastique, de techniques de transmission, d'utilisation judicieuse des médias et d'adaptation du message religieux au monde contemporain. Après une phase de prudence et de méfiance face aux bouleversements technologiques, les religions institutionnelles, à commencer par l'Église catholique, incitent désormais les communicateurs à saisir toutes les occasions de prendre la parole et à s'investir dans les nouveaux territoires d'expression⁴.

Ce moment de refondation a marqué un changement durable non seulement à l'égard des pratiques élaborées empiriquement mais il a également inauguré une nouvelle considération de la société de communication au travers d'une réflexion théorique et scientifique. L'Église catholique ne s'intéresse plus seulement aux *médiums* et à la façon de s'en servir, d'intégrer les médias dans son entreprise pastorale mais, mesurant les bouleversements qu'entraîne cette nouvelle ère de la communication dans les rapports sociaux, elle entend sortir d'une approche strictement utilitariste pour se positionner en acteur du débat⁵.

² Paul VI, Décret sur les moyens de communication sociale, *Inter Mirifica*, ch I, 1963.

³ Willaime, J.-P., Tincq, H. (dir) (2000). *Médias et religions en miroir*, Paris : PUF.

⁴ « Voici ma requête : donnez à la religion toute la place que vous estimez souhaitable dans la communication de masse [...]. C'est ce que je demande en faveur de la religion. Vous verrez, chers amis, que ces thèmes religieux vous passionneront dans la mesure où ils seront présentés avec profondeur spirituelle et avec compétence professionnelle. Ouverte au message religieux, la communication gagnera en qualité et en intérêt. Aux opérateurs ecclésiaux des médias, je répète: n'ayez pas peur » (Jean-Paul II, Message pour la XXIII^{ème} journée mondiale des communications sociales, « la religion dans les mass médias », § 7 – 1989)

⁵ Dans un autre cadre, Jean-Paul II évoquait la nocivité, voire la perversité éventuelle des nouveaux moyens de communication lors de la 32^{ème} Journée Mondiale des Communications sociales en 1998 : « Il ne faut jamais oublier que la communication à travers les médias n'est pas un simple exercice utilitaire visant uniquement à motiver, persuader ou vendre, ni encore moins un véhicule d'idéologie. Les médias peuvent parfois réduire les êtres humains à des éléments de consommation ou à des groupes d'intérêts concurrentiels, ou encore manipuler les spectateurs, les lecteurs ou les auditeurs comme de simples chiffres dont on cherche à tirer quelque avantage, qu'il s'agisse de vente de produits ou de soutien politique; et cela détruit la communauté. La communication a pour tâche de rassembler les

En marge des institutions ratifiées par l'Église catholique, des ecclésiastiques livrent des réflexions plus personnelles sur la communication ou les médias (Levalois, 2012), comme le père Pierre Babin (1986) dont Roger Bautier (1994) explore l'œuvre, qui n'en restent pas moins produites en fonction d'orientations confessionnelles. Aussi, l'explosion des nouvelles technologies à la fin du XX^e s'est accompagnée d'une forte augmentation des discours religieux tenus sur la communication, donnant voix au chapitre à de nouveaux acteurs de la pensée communicationnelle⁶. Dès lors que la religion s'affirme dans le paysage culturel et intellectuel comme une source de discours aussi bien analytique que critique sur la communication, elle se détermine pour les SIC comme un « lieu social », au sens où l'entend Michel de Certeau pour l'historiographie, c'est-à-dire un lieu de production socio-économique, politique et culturel. « C'est en fonction de cette place que des méthodes s'instaurent, qu'une topographie d'intérêts se précise, que des dossiers et des questions à poser aux documents s'organisent » (2002, 79). Ainsi se définit une pratique, et plus largement une conception religieuse de la communication qui se distingue d'autres recherches et entre en résonnance avec d'autres conceptions politiques ou idéologiques.

De la religion à l'énonciation du fait religieux

Arrivé à ce niveau, il faut bien reconnaître que la notion de religion dont il a été fait mention jusqu'à présent n'a pas encore reçu de définition conceptuelle. Ce préalable pourtant essentiel à une démarche scientifique a soigneusement été évité devant la prolifération des définitions toutes plus ou moins recevables et néanmoins contradictoires les unes avec les autres. La sociologie des religions s'est heurtée depuis ses débuts à la difficulté de fixer son objet dans des critères objectifs sans vraiment parvenir à surmonter l'opposition entre les tenants d'une définition substantive (s'attachant au contenu des croyances) et les partisans d'une définition fonctionnelle (prenant en compte les fonctions de la religion dans la vie sociale). En fait, la sortie de ce point d'achoppement s'est faite par la pratique de la recherche sur le terrain qui, en s'orientant de plus en plus vers une sociologie descriptive et concrète, a permis de surmonter les clivages théoriques devenus inutilement abstraits. « L'observation du religieux en train de se faire à travers les situations quotidiennes refuse de partir de la religion comme entité déjà définie et dont les pratiques deviendraient intelligibles par le seul prisme de la définition en question » (Piette, 2003, 42). La sociologie des religions s'est alors recentrée sur les faits religieux abordés comme n'importe quels autres faits sociaux pour les construire, les classer, les comparer, les traiter en termes de relations et de conflits. Il ressort que la réponse sociologique donnée à l'aporie définitionnelle de la religion, dont la question se pose en des termes identiques aux SIC, provoque un glissement de la notion de religion(s) à celle de « fait religieux » qui s'est imposé depuis quelques années dans le vocabulaire scientifique et public. Les conséquences d'un tel changement ne s'arrêtent pas au niveau terminologique d'un singulier globalisant ; elles se prolongent jusqu'au fondement épistémologique et à la construction méthodologique

personnes et d'enrichir leur vie, et non de les isoler et de les exploiter » (Jean-Paul II, Message du Saint Père pour la 32^{ème} journée mondiale des communications sociales, février 1998).

⁶ Descubes, J.-C., Di Falco Léandri, J.M. (2006). *Quand les médias dévoilent l'intime*, Paris : Bayard/Cerf.

des sciences sociales. Penser le sujet au travers du paradigme de fait religieux, et non plus de religion, conduit d'une part à s'intéresser à une réalité objective (selon l'étymologie latine, *factum*, qui renvoie à toute donnée réelle de l'expérience) s'imposant par là-même à tous indépendamment des convictions et, d'autre part, à l'arracher aux spéculations théologiques pour le soumettre à l'étude pratique ancrée dans un terrain de recherche. Les SIC, en effet, à la différence de l'érudition philosophique ou de la théologie, se montrent moins bien disposées conceptuellement, malgré leur interdisciplinarité, pour saisir la religion à l'état pur de concept ou même par une approche exclusivement textualiste. Leur fondement scientifique les oriente plus naturellement vers l'appréhension de la « religion en actes », c'est-à-dire vers ses points d'imputation tangibles, ce que la sémiotique appellerait des figures, là où elle est vécue ou telle qu'elle trouve à se manifester dans l'espace public et médiatique. En visant les formes et les supports de figurativisations des religions, ce sont des acteurs, des rituels, des discours, des objets, des espaces religieux, etc. que les SIC sont à même de se donner pour objet plutôt que des religions.

Le primat accordé au matériau empirique inscrit sur le plan figuratif n'aiguille pas pour autant l'action des SIC sur la seule voie étroite de l'interprétation des signes et des symboles du religieux où elles risqueraient de s'exposer à la surinterprétation qui menace la description ethnographique du phénomène religieux. « Le risque de la surinterprétation est grand : celui d'injecter aux gestes rituels des significations cachées, sociales, psychologiques ou cosmologiques » (Piette, 2003, 87-88). Le travail d'interprétation serait alors une porte d'entrée à la compréhension du sens dont la méthode exige, pour l'intelligibilité du phénomène, la prise en compte du fait religieux étendu à son processus de production. Les éléments figuratifs constitutifs du fait religieux, les paroles, les actes, les lieux, les objets, les personnes, etc. proposés au destinataire comme des produits finis sont en réalité l'expression d'une volonté d'explication des phénomènes, de justification, de séduction... largement réfléchie par l'instance énonciatrice. Ils se configurent en discours au sens où l'entend la théorie de l'énonciation qui considère comme discours tout énoncé ou texte manifesté et engagé dans un circuit d'échange sémiotique. En effet, chacun de ces objets, aussi concret que l'agencement d'un lieu de culte ou aussi immatériel qu'une parole, est préalablement passé par un processus d'énonciation, des pratiques de « mise en discours » qui l'ont façonné, organisé, inséré dans le cadre d'autres pratiques sémiotiques selon une intention, ce que l'on appelle une stratégie, définie par un énonciateur et visant, de façon plus ou moins explicite et plus ou moins volontaire, des destinataires. Là où la théologie, qui est une discipline confessionnelle et dogmatique de gestion du croire, aborderait ces objets systématiquement pour eux-mêmes, refermés sur les mystères de la révélation de Dieu et de la foi (Mary, 1997), la communication va dans la direction d'une prise en compte de leur relation avec ce qui leur est extérieur, en l'occurrence la société environnante placée dans la situation d'un énonciataire. La communication entend sortir d'une approche interne (ou émique) de l'énonciation au profit d'une approche de l'ensemble du processus qui va des conditions de production de l'objet liturgique à l'activité du percevant, regardant ou interprétant, qui le négocie et lui donne sens, en passant par les particularités techniques et technologiques de sa diffusion (Douyère, 2011). Ainsi les SIC déplient le fait religieux comme un vaste espace d'énonciation, tant pragmatique que technique et langagier aux limites certes encore floues, dans lequel circulent, se croisent et se confrontent parfois des signes et des discours

issus, à la fois, d'instances religieuses centrées sur leur propres manifestations sensibles ou tournées vers la société civile, et d'instances laïques s'exprimant sur la question religieuse depuis un point de vue extérieur.

La communication du religieux au cœur et à sa marge

L'Église catholique, comprise en tant qu'institution, mais aussi élargie à tous ceux qui, individuellement ou collectivement, entretiennent une certaine proximité de pensée avec elle, fait partie de la réalité communicationnelle dont elle traite et y participe elle-même par ses pratiques. Elle entretient une forte activité de communication pas toujours bien visible de l'extérieur qui s'adresse à différents publics : les ecclésiastiques à travers l'exégèse, les discours du conseil des évêques de France, et les croyants plus largement par les enseignements. L'étude désormais classique des *Exercices spirituels* par Roland Barthes (1971) montre comment Ignace de Loyola, formulateur, inventeur d'écriture et opérateur de texte, construit véritablement une langue nouvelle séparée des langues communes à l'aide de laquelle l'exercitant peut interroger la divinité. S'il est vrai que le texte se définit par l'unité de la communication, prévient Barthes, sa lecture des *Exercices* dépourvue d'inclination spirituelle révèle la façon dont la disposition et le jeu de relais internes ouvrent un espace d'interlocution divine.

Dans le repli de la vie religieuse, au plus près des groupes et des croyants, l'Église catholique met en place des actions de communication (récollections, sessions, enseignements, accompagnement spirituel, etc.) qui entourent la façon de vivre sa foi, ne serait-ce que pour savoir à quoi peut répondre une conduite chrétienne et comment reconnaître aujourd'hui, dans cette dissémination contemporaine du religieux, la Parole à laquelle se convertir. « La communication resurgit partout », relevait Michel de Certeau, pour sortir du silence, rendre intelligible la Parole et produire des signes communs aux expériences de communautés de croyants. « Le problème du *sens* et celui de la *communication*, indissociables, restaurent l'urgence d'autorité, soit au titre de représentations communes, soit au titre de critères qui autorisent à designer comme « chrétienne » une expérience personnelle ou collective. Aussi bien, cette urgence suscite les petits groupes de chrétiens qui tentent aujourd'hui d'articuler leur foi grâce à la communication » (1987, 115-116). Penser le fait religieux comme un vaste espace d'énonciation oblige à s'adapter à des étendues à géométries variables depuis l'action impliquant des groupes de croyants en quête de repères à la relation que le religieux noue avec la société civile. La laïcité qui règle nos principes d'organisation politique et sociale admet le fait religieux. Loin d'avoir été confiné dans une extériorité sans reste, ou à la seule sphère privée, le fait religieux figure au cœur de nos sociétés qu'il traverse de ses débats et controverses. Dans les termes des SIC, c'est le principe même de l'énonciation qui, tenant conjointement le fait religieux et la société civile, permet des passages, des circulations d'informations, de signes et de discours d'un univers de sens à un autre. L'ensemble du monde religieux sait désormais qu'il agit en permanence sous le regard de la société qui exerce son activité d'interprétation, de signification et de transmission. L'identité sociale de la religion se construit en dehors de des cercles ecclésiastiques et théologiques, au travers d'images et de représentations qu'en renvoient les instances de production médiatiques et scientifiques de la société civile

(presse, médias, intellectuels, laboratoire de recherche, etc.). En conséquence, le langage religieux qui dit quelque chose de Dieu, de la Parole, les événements propres à la religion, quelle qu'en soit la nature (fêtes ou célébrations) échappent en partie aux religions pour continuer leur itinéraire sémantique et se charger ailleurs de nouvelles significations. Le passage des signes religieux d'un milieu à un autre rejoint pleinement le vaste projet scientifique de la trivialité développé par Yves Jeanneret (2008) qui la définit comme la circulation des idées et des objets dans une société. Le matériau signifiant produit par les religions avec la liturgie, les sacrements, les dogmes, aussi mystérieux puissent-ils paraître, s'expose à la réappropriation par d'autres instances. Ce matériau serait même, selon Michel de Certeau (1987), plus enclin à la migration sociosémiotique car, en se détachant progressivement d'une inféodation ecclésiale, il se montre moins lié que d'autres à des forces politiques ou à des pressions économiques. Moins lesté, dit-il, il est plus disponible. Le croisement du point de vue lucide de Michel de Certeau sur ce que la société post-moderne fait à la religion avec la théorisation actuelle d'Yves Jeanneret trace de stimulantes perspectives pour penser la circulation du signe religieux. La trivialité implique à la fois un travail de traduction, de transcription, d'interprétation que Michel de Certeau identifiait dans l'écriture de l'information religieuse, et plus particulièrement dans la presse : « En matière religieuse, l'information atteste déjà, en effet, une mutation fondamentale qui a pour caractéristique *le remplacement d'une écriture « évangélique » par une organisation « spéculaire » du langage* » (1987, 188). Au fil de ses reprises sur de nouveaux supports et dans de nouvelles formes d'écritures, le matériau religieux cesse de se référer à une vérité révélée. Désaffecté de ses renvois divins par sa diffusion même, il prend davantage la valeur d'une allégorie des mystères et des croyances comme un conte provenant d'un passé encore proche. Si la circulation du savoir, de valeurs morales, de signes à travers les carrefours de la vie sociale ne peut se réaliser sans transformation, l'observateur privilégié du religieux qu'était Michel de Certeau constate une inéluctable évolution vers une folklorisation, notamment du christianisme qui « se voit affecter une place dans cette population de « valeurs » métamorphosées en légendes par nos sociétés du spectacle » (1987, 187). Le langage religieux devient le symptôme de systèmes non religieux. Nonobstant les conclusions de Michel de Certeau tout juste relativisées par Danièle Hervieu-Léger (1993), c'est en analysant les usages du capital symbolique des religions en fonction des structures et du contexte dont elles sont les représentations que les SIC prennent véritablement et utilement le relai des sciences historiques et sociologiques.

Références Bibliographiques

- Babin, P. (1986). *L'ère de la communication. Réflexion chrétienne*. Paris : Centurion.
- Barthes, R. (1971). *Sade, Fourier, Loyola*. Paris : Seuil.
- Bautier, R. (1994). *De la rhétorique à la communication*. Grenoble : PUG.
- Brosse, O. de la. (2001). L'Église et la transmission du dépôt de la foi. *Communiquer/transmettre*, Les Cahiers de médiologie, Gallimard, 11, 81-87.

- Campbell, H. (2012). Understanding the relationship between religious practice online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion* 80, 1, 64-93.
- Campbell, H. (2006). Religion and the Internet. *Communication Research Trends*, 26, 1, 3-24.
- Certeau, M. de (2002). *L'écriture de l'histoire*. Paris : Gallimard (1975).
- Certeau, M. (1987). *La faiblesse de croire*. Paris : Seuil.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris : Nathan.
- Croucher, S., Harris, T. (2012). *Religion and Communication: An Anthology of Extensions in Theory, Research, and Method*. New York : Peter Lang Publishing.
- Debray, R. (1991). *Cours de médiologie générale*, Paris : Gallimard.
- Douyère, D. (2011). La prière assistée par ordinateur. *Médium*, 27, 140-154.
- Douyère, D. (2010). Une organisation fondée pour communiquer : l'Ordre des frères prêcheurs (1215-1228), in Loneux, C., Parent, B. (dir). *Communication des organisations : recherches récentes*, tome 1. Paris : L'Harmattan, 145-152.
- Hervieu-Léger, D. (1993). *La religion pour mémoire*. Paris : Cerf.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the Media Age (Media, Religion and Culture)*. New York : Routledge.
- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité. Volume 1: la vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès-Lavoisier.
- Levalois, C. (2012). *Prendre soin de l'autre. Apport orthodoxe à la communication chrétienne*. Paris : Cerf.
- Mary, A. (1997). La religion des anthropologues et l'anthropologie religieuse des théologiens. in Joncheray, J. (dir.). *Approches scientifiques des faits religieux*. Paris : Beauchesne, 45-74.
- Mattelart, A. (2011). *L'invention de la communication*. Paris : La Découverte.
- Piette, A. (2003). *Le fait religieux. Une théorie de la religion ordinaire*. Paris : Economica.